

B A B III

PEMAKNAAN MASKULINITAS DALAM TAYANGAN WANNA ONE

GO IN JEJU

Wanna One Go in Jeju merupakan suatu tayangan realitas yang menggambarkan kehidupan Wanna One sebagai seorang artis yang akan mengiklankan produk kecantikan dari brand *Innisfree*. Tayangan tersebut disiarkan melalui media massa berbasis online, sehingga masyarakat luar Korea pun juga bisa mengakses video tersebut dengan mudah. Media massa berperan sebagai alat penyampaian pesan kepada masyarakat yang mampu membentuk pemaknaan masyarakat. Oleh sebab itu, dalam suatu tayangan biasanya menyimpan suatu makna yang ingin disampaikan kepada masyarakat dan nantinya mampu menjadi suatu hegemoni. Begitu pula dengan *Wanna One Go in Jeju* yang tentunya juga memiliki pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Selain untuk mengiklankan produk *Innisfree*, tayangan ini juga memberikan pesan tentang maskulinitas laki-laki yang digambarkan oleh member *Wanna One*.

Bab ini mencoba menjelaskan maskulinitas dalam tayangan *Wanna One Go in Jeju* dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske, yaitu melalui level realitas, representasi, dan ideologi. Pada level realitas, teks akan dianalisis seperti penampilan (*appearance*), kostum (*dress*), lingkungan, tingkah laku (*behavior*), cara berbicara (*speech*), *gesture*, ekspresi, dan juga suara (Fiske, 1987:4). Setiap scene yang sesuai dengan kategori di atas. Level representasi menganalisis hal-hal

teknis seperti kamera, pencahayaan, editing, musik, dan suara (Fiske, 1987:4). Terakhir adalah level ideologi yang mencakup hal-hal yang diorganisasikan ke dalam koherensi dan penerimaan sosial oleh kode-kode ideologis seperti individualisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan lain-lain. (Fiske, 1987:3). Level ideologi didapatkan melalui hasil analisis pada level realitas dan representasi.

Tayangan ini terdiri atas tiga episode dan beberapa scene diantaranya telah dipilih sesuai dengan fokus penelitian. Setelah dianalisis menggunakan semiotika Fiske, maka akan ditemukan *preferred reading* yang muncul dalam teks tersebut.

3.1 *Kkonminam*

Kkonminam (꽃미남) adalah laki-laki yang memiliki wajah cantik, kulit mulus, rambut halus, dan bersikap feminim (Jung, 2011:58). Berdasarkan pengertian di atas, maka pada level realitas, kkonminam dapat dianalisis melalui kategori penampilan (*appearance*) dan kostum (*dress*), di mana visual menjadi poin penting dalam pemaknaan. Scene-scene yang dianalisis seperti yang ditunjukkan dalam scene 12 shot ketiga dan kelima.



(Gambar 3.1 Scene 12 shot 3)



(Gambar 3.2 Scene 12 shot 5)

Level realitas dimulai dengan penampilan member Wanna One. Penampilan biasanya dikaitkan dengan metafora untuk identitas, metafora ini mencakup fitur fisik (misalnya kulit, bentuk tubuh, tekstur rambut) serta pakaian dan praktik perawatan (Steele, 2005:34). Berdasarkan fitur fisiknya, tampilan seorang laki-laki *kkonminam* terlihat mulai dari rambut yang berwarna terang dan tertata rapi dan bekulit putih. Scene tersebut memperlihatkan Kang Daniel dan Yoon Jisung yang sedang berada di ruang makeup untuk melakukan proses syuting iklan. Hal tersebut dapat dikatakan sebagai praktik perawatan di mana kedua member tersebut melakukan *touch up make up* agar terlihat lebih segar. Kang Daniel sedang ditata rambutnya dan Yoon Jisung yang sedang diberi *corrector* agar nampak kesan *flawless*.

Dilihat dari kostum yang digunakan, keduanya menggunakan warna terang seperti kuning dan putih. Tidak hanya Kang Daniel dan Yoon Jisung saja yang mengenakan pakaian berwarna terang, namun member lain juga mengenakan pakaian berwarna terang mulai dari episode awal hingga episode akhir. Berikut cuplikan scene yang memperlihatkan kostum member Wanna One.



(Gambar 3.2 Kostum Wanna One)

Pakaian-pakaian yang memiliki warna cerah seperti putih, kuning, biru muda, *orange*, dan *pink*. Pemakaian pakaian warna *orange* dan kuning akan menampilkan kesan kehangatan, sedangkan warna-warna seperti putih dan biru menampilkan kesan cool atau keren (Volpintesa, 2014:16). Di Korea, warna kuning memiliki makna kebahagiaan, dan warna biru memiliki makna dapat dipercaya (Aslam, 2006:19). Selain mengenakan warna cerah, member Wanna One juga mengenakan pakaian yang memiliki warna pastel. Warna pastel didapatkan melalui percampuran warna putih dengan warna-warna lainnya sehingga memancarkan kelembutan (Volpintesa, 2014:17). Berdasarkan warna pakaian yang mereka pakai, para member Wanna One ini ingin menampilkan kesan laki-laki yang hangat, lembut, tapi juga tetap terlihat keren.

Kemudian di level representasi, yaitu pada kategori kamera, tipe shot yang digunakan pada scene di atas menggunakan *medium shot* (MS) *high angle* yang digunakan untuk menampilkan gerakan-gerakan tangan saat duduk (tidak berpindah-pindah tempat). Tipe shot ini ingin menunjukkan aktivitas “merias” para member Wanna One (Kang Daniel dan Yoon Jisung). *High angle* di sini berfungsi agar khalayak dapat fokus pada bagian wajah Kang Daniel dan Yoon Jisung.

Pada kategori eding atau penyuntingan, konsep *kkonminam* kembali ditonjolkan melalui caption yang dibubuhkan pada scene tersebut. Caption tersebut tertulis *모두 함께 꽃단장* (*modu hamkke kkotdanjang*) yang artinya semuanya bersama-sama menjadi bunga. Bunga di sini yang dimaksud adalah member Wanna One yang sedang dimakeup agar semakin cantik (memperindah

penampilan). Gambar bunga pada caption untuk memperjelas maksud caption dan warna putih biru melambangkan kualitas tinggi sosok yang dapat dipercaya.

(Gambar 3.4 Scene 21)



Scene 21 hanya dianalisis dari segi *gesture* dan ekspresi pada level realitas, karena pada scene tersebut hanya menampilkan ekspresi di mana para member (Bae Jinyoung, Park Woojin, dan Yoon Jisung) setelah menggunakan *seed serum*. Ketiganya kompak tersenyum samapi memperlihatkan gigi mereka serta mata yang mengecil menunjukkan ekspresi bahagia setelah menggunakan *seed serum* tersebut. Ekspresi tersebut biasanya dilakukan oleh aktris saat membintangi iklan kecantikan. Mereka ingin memperlihatkan kecantikannya setelah menggunakan *seed serum*. *Gesture* yang ditunjukkan adalah dengan menaruh kedua telapak tangan di bawah dagu sehingga membentuk seakan-akan wajah mereka adalah bunga, menunjukkan image Wanna One sebagai laki-laki *kkonminam/flower boy*.

Level representasi yang dapat dianalisis dari scene tersebut adalah teknik kamera dan penyuntingan. Teknik kamera yang digunakan adalah *medium shot* (MS), teknik ini berfungsi untuk memberikan detail pada wajah seseorang dan *gesture* mereka (Semedhi, 2011:55). Kamera ingin memancarkan kecantikan

mereka sebagai seorang *kkonminam* dengan detail penampilan mereka yang berambut terang, kostum cerah yang mereka pakai, ekspresi layaknya aktris iklan kecantikan, dan juga gesture agar menyerupai bunga. Unsur-unsur tersebut masuk dalam kategori *kkonminam*. Teknik penyuntingan yang dilakukan adalah dengan menambahkan caption untuk mempertegas penggambaran scene tersebut. Caption tertulis “*아/오/ 축축해*” (*ai chochokhae*) yang artinya “wah sangat melembutkan” untuk memperjelas ekspresi dari ketiga member.

3.2 Aegyo

Istilah *aegyo* adalah gabungan antara membuat ekspresi dan suara yang lebih *girly* dan manis (Jung, 2011:254). *Aegyo* menggambarkan tingkah laku kekanak-kanakan yang dilakukan dengan sadar untuk membangkitkan hasrat dan ketertarikan, dan juga termasuk ekspresi wajah dan gerak tubuh serta modulasi suara yang berlebihan (Fuhr, 2017:289). Di Korea, *aegyo* dilakukan oleh seseorang untuk menunjukkan kasih sayang kepada seornag teman, keluarga, ataupun orang tersayang. *Aegyo* juga dilakukan untuk membujuk orang agar dapat dipenuhi permintaannya layaknya anak-anak. Untuk menganalisisnya dalam level realitas, maka dipilih kategori-kategori seperti *behavior*, *speech*, *gesture*, dan ekspresi agar lebih mendapatkan pemaknaan yang tepat.

Scene yang masuk dalam kategori ini adalah scene 10, 19, 20, dan 21. Pada scene 10, diambil dua shot yang masuk dalam kategori *aegyo* yaitu shot 35 dan 45. Shot 35 adalah shot di mana Lee Daehwi berakting sesudah menggunakan

seed serum, sedangkan shot 45 di mana Bae Jinyoung juga memeragakan hal yang sama.

(Gambar 3.5 Scene 10 shot 35)



(Gambar 3.6 Scene 10 shot 45)



Scene di atas, dalam level realitas akan dianalisis melalui *behavior*, *speech*, *gesture*, ekspresi, dan suara, karena *aegyo* memadukan unsur-unsur tersebut. Baik Lee Daehwi maupun Bae Jinyoung, keduanya sedang berakting sesudah memakai *seed serum*. Dilihat dari segi *behavior*, keduanya menunjukkan sikap *girly*, yang dipadukan dengan *gesture* tangan yang membentuk seperti bunga. Hal itu dilakukan untuk menampilkan kesan imut. Lee Daehwi meletakkan kedua tangan ke pipinya sehingga membentuk seperti sebuah bunga, seakan-akan wajahnya adalah bunga. Sementara Bae Jinyoung menambah *gesture* berkedip agar efek *girly* lebih menonjol. Cara berbicara (*speech*) mereka pun menyerupai cara berbicara anak kecil perempuan yang manja serta menggunakan

nasal voice. Ekspresi keduanya pun juga menunjukkan ekspresi manja yang biasanya dilakukan oleh anak kecil. Suara yang dihasilkan adalah *direct voice*, yaitu suara yang dihasilkan oleh orang itu sendiri. Lee Daehwi menunjukkan suara lembut khas perempuan dalam iklan kosmetik, sedangkan Bae Jinyoung menunjukkan suara khas anak kecil dengan *nasal voice*. Bentuk-bentuk tersebut dapat dikategorikan sebagai *aegyo*, sebagaimana pengertian yang telah dijelaskan di atas.

Level representasi yang ditampilkan pada scene tersebut dapat dianalisis melalui teknik kamera (pengambilan gambar) dan penyuntingan (editing). Agar kesan *aegyo* dapat ditonjolkan, teknik kamera yang digunakan dalam scene tersebut adalah medium close up (MCU). Teknik ini digunakan untuk menonjolkan mimik atau raut wajah seseorang dan untuk menampilkan wajah aktor secara utuh dari rambut hingga aksesoris yang dikenakannya (Semedhi, 2011:55). Sehingga penonton dapat melihat secara jelas ekspresi serta gesture yang dibuat oleh Lee Daehwi dan Bae Jinyoung.

Teknik penyuntingan yang terlihat dalam scene tersebut adalah adanya penambahan caption. Caption yang tertulis adalah 녹차 (*nokcha*) yang artinya teh hijau dan 촉촉 (*chokchok*) yang artinya lembut. Caption 녹차 (*nokcha*) ditulis dengan font berwarna hijau. Di Korea, warna hijau melambangkan kemurniaan, kealamian (*pure*) (Aslam, 2006:19). Ditambah dengan gambar daun untuk melengkapi caption. Warna ini merujuk pada produk yang dipakai oleh Lee Daehwi bahwa produk Innisfree ini menggunakan bahan-bahan alami yaitu dari

daun teh hijau. Sedangkan caption *촉촉* (*chokchok*) pada scene Bae Jinyoung dengan warna biru melambangkan kepercayaan, artinya produk ini terpercaya.

Scene 19 (shot 17, 18, 20, 21) merupakan rangkaian shot yang menunjukkan *aegyo* member Wanna One, yaitu Ong Seongwoo, Hwang Minhyun, Kim Jaehwan, dan Bae Jinyoung. Mereka melakukan tarian “*애//오!*” (A/Ei) namun dengan versi imut.



(Gambar 3.7 Scene 19 shot 17)



(Gambar 3.8 Scene 19 shot 18)



(Gambar 3.9 Scene 19 shot 20)



(Gambar 3.10 Scene 19 shot 21)



(Gambar 3.10 Scene 19 shot 21)

Dianalisis dari segi perilaku, kutipan scene tersebut menunjukkan tingkah dan gesture para member dengan menari layaknya anak kecil. Ekspresi yang mereka tunjukkan adalah ekspresi keceriaan yang ditunjukkan dengan member yang tertawa dan matanya mengecil (menyipit) yang dapat dikatakan bahwa mereka sedang dalam suasana ceria dan penuh tawa. Suara yang dihasilkan oleh para member melalui direct voice mereka adalah menggunakan *short tongue* agar terdengar lebih manja seperti anak kecil perempuan. Sehingga dalam scene ini, para member melakukan aegyo di tengah-tengah proses syuting.

Level representasi dari scene di atas adalah dengan menganalisis dari segi teknik kamera dan penyuntingan. Teknik pengambilan gambar scene tersebut adalah dengan menggunakan teknik *knee shot* (KS). Penyuntingan yang dilakukan adalah dengan menambahkan gambar animasi seperti gambar tangga nada dan juga caption “아이 신나짱” (*ai sinnajjeong*) yang artinya ini sangat menyenangkan. Caption tersebut juga mempertegas bahwa suasana yang ada dalam scene tersebut adalah ceria dan cocok untuk aegyo. Selain itu, caption yang dibubuhkan pun juga memiliki makna aegyo karena kata 신나짱 (*sinnajjeong*)

(berasal dari kata *신난다* (*sinnanda*)) adalah kata yang diucapkan ketika seseorang sedang melakukan aegyo, yaitu dengan menggunakan *short tongue* saat berbicara.

Selanjutnya, level realitas yang ditunjukkan pada scene 20 dianalisis dari segi perilaku, *gesture*, ekspresi, dan cara bicara.



(Gambar 3.11 Scene 20)

Scene di atas menunjukkan para member Wanna One yang keluar dari kebun teh hijau sebagai wujud penggambaran munculnya teh hijau yang segar. Agar pesan tersampaikan ke penonton, para member sebelumnya bersembunyi di sela-sela tumbuhan teh hijau, kemudian mereka muncul seperti anak kecil. Kemunculan mereka dari sela-sela tumbuhan teh hijau memadukan unsur-unsur seperti *behavior*, *gesture*, ekspresi, dan juga *speech*. Para member melompat kecil seperti

anak kecil ditambah dengan gesture seperti meletakkan kedua tangan di bawah dagu sehingga membentuk seperti bunga, membentuk *love* besar dengan kedua tangan di atas kepala, mengangkat kedua tangan. Ekspresi yang ditunjukkan adalah ekspresi keceriaan yang ditambahkan dengan cara bicara mereka dengan melengkingkan suara agar terdengar seperti suara anak perempuan kecil. Perpaduan unsur-unsur tersebutlah yang membentuk perilaku *aegyo*.

Level representasi dari scene 20 dianalisis melalui teknik kamera dan penyuntingan. Teknik kamera menggunakan *full shot* (FS) sehingga penonton dapat melihat secara utuh tubuh serta gerakan member Wanna One. Teknik ini juga bertujuan untuk memperlihatkan latar tempat di mana Wanna One melakukan syuting untuk iklan. Kemudian dari segi penyuntingan, scene di atas juga terdapat *caption* yang tulisannya serupa dengan apa yang dikatakan para member disertai dengan tanda panah naik dan turun di mana menunjukkan ada beberapa member yang menggunakan nada tinggi ada pula yang menggunakan nada rendah tapi tetap terdengar imut.

3.3 Skinship

Pengertian *skinship* adalah kata benda yang tidak dapat dihitung, yang artinya membentuk suatu ikatan melalui kontak fisik (Sault, dalam Andini, 2015:173). Dapat dikatakan bahwa *skinship* adalah sebuah sentuhan karena terdapat kontak fisik di dalamnya, hanya saja ini merupakan ungkapan yang sering dipakai oleh masyarakat Korea. Istilah *skinship* mulai dikenal sejak meluasnya Korean Wave. Sama halnya dengan sentuhan, bentuk-bentuk *skinship* yang sering diperlihatkan

oleh selebriti-selebriti Korea seperti bergandengan tangan, berpelukan, mencium, dan lain-lain. Sentuhan tidak hanya bergantung pada budaya, tetapi juga pada konteks (Mulyana, 2010:380). Di Korea, *skinship* ini tidak hanya dilakukan oleh mereka yang berlawanan jenis, namun juga kesesama jenis. Dalam industri Kpop sendiri, *skinship* lebih sering diperlihatkan kepada member-membarnya dalam satu grup, yang artinya mereka lebih sering menunjukkan kontak fisiknya ke sesama jenis. Bagi Kpopers (pecinta musik Korea) adegan *skinship* bukanlah hal baru, karena *skinship* kerap diperlihatkan dalam berbagai tayangan.

Begitu pula dengan tayangan Wanna One Go in Jeju yang tidak lepas dari *skinship* antar member. Scene di bawah ini akan dianalisis melalui level realitas dan level representasi, sehingga akan terlihat makna apa yang terdapat dalam teks tersebut. Seperti pada scene 6 shot 7 dan 8 di mana Yoon Jisung-Park Jihoon (7) dan Kang Daniel-Lee Daehwi (8) saling menunjukkan kedekatan mereka melalui *skinship*.



(Gambar 3.12 Scene 6 shot 7)



(Gambar 3.13 Scene 6 shot 8)

Kedua shot adalah *skinship* dalam bentuk pelukan. Yoon Jisung dan Park Jihoon yang merangkul dari depan, sedangkan Kang Daniel memeluk Lee Daehwi dari belakang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), memeluk adalah

meraih seseorang ke dalam kedua dekapan tangan yang dilingkarkan (sumber: <https://kbbi.web.id/peluk> diakses pada 10 Juli 2019 pukul 15:20 WIB). Dua shot yang dimunculkan di atas memiliki latar belakang yang berbeda, Yoon Jisung memeluk Park Jihoon dari depan karena Jihoon hampir terjatuh sehingga Jisung memeluknya, sedangkan Daniel dan Daehwi melakukan *back hug* karena mereka ingin memeragakan kembali adegan Rose dan Jack dalam film Titanic karena keduanya sedang berada di pantai. Dalam konteks ini, perlukan yang mereka lakukan termasuk dalam kategori sentuhan persahabatan-kehangatan. Menurut Heslin (dalam Mulyana, 2010:380) sentuhan persahabatan-kehangatan menandakan kasih sayang atau hubungan yang akrab. Sebagai teman satu grup, baik Yoon Jisung dan Jihoon maupun Kang Daniel dan Lee Daehwi mereka ingin menunjukkan kasih sayang antar sahabat.

Di level representasi, teknik kamera yang digunakan adalah *medium shot* (MS). *Medium shot* ini digunakan untuk menekankan wajah seseorang beserta gerakan tangannya. Agar terlihat bagaimana adegan Yoon Jisung yang merangkul Park Jihoon karena Park Jihoon maka teknik kamera medium shot dinilai tepat agar penonton dapat melihat adegan secara utuh. Sedangkan scene *back hug* Kang Daniel-Lee Daehwi menggunakan teknik *knee shot* (KS) dengan kamera *live action* yang dipegang oleh Lee Daehwi, sehingga *angle* yang diambil adalah *high angle*. Penyuntingan yang dilakukan adalah menambahkan caption untuk memperjelas bahwa keduanya memang sedang menirukan gaya Rose dan Jack di film Titanic dengan caption “넬히타닉 (nielhwitanic)”, yang maksudnya adalah Daniel Daehwi Titanic.

3.4 Skincare Routine

Bagi sebagian laki-laki, melakukan perawatan dengan menggunakan *skincare* secara rutin bukanlah sesuatu yang dianggap sebagai maskulin. Namun dalam *reality show* ini, Wanna One justru memperlihatkan *skincare routine* mereka bahkan memperlihatkan bagaimana cara mengaplikasikan *skincare* yang benar ala salah satu member Wanna One yang dikenal memiliki kulit yang bersih dan mulus. Scene di bawah ini merupakan scene cuplikan dari seri *Wanna One Go* sebelumnya yaitu *Wanna One Go Zero Base*, di mana Ha Sungwoon tengah mengajarkan bagaimana *skincare routine* ala dirinya sehingga memiliki kulit bersih dan mulus.

(Gambar 3.14 Cuplikan Seri Wanna One Go Zero Base)





Gambar di atas merupakan cuplikan dari scene 11 yang menunjukkan aktivitas melakukan perawatan kulit di malam hari ala Ha Sungwoon. Sebelumnya dijelaskan bahwa Ha Sungwoon memang dikenal sebagai idol yang memiliki kulit putih, bersih, dan mulus. Oleh karena itu, banyak yang meminta agar Ha Sungwoon menunjukkan apa saja yang ia lakukan saat melakukan perawatan malam hari.

Level realitas yang dapat dikaji di sini adalah mengenai kostum (*dress*) dan perilaku (*behavior*). Kostum yang mereka kenakan adalah piyama, artinya mereka sedang melakukan kegiatan perawatan di waktu malam sebelum tidur. Ha Sungwoon sebagai *idol* yang dikenal memiliki kulit putih, bersih, dan mulus memiliki cara tersendiri dalam melakukan perawatan rutinnnya. Dalam scene tersebut, terlihat Ha Sungwoon telah menggunakan *sheet mask* di wajahnya. *Sheet mask* berfungsi sebagai penutrisi kulit (sumber:

<https://journal.sociolla.com/beauty/pilihan-sheet-mask-untuk-wajah-cerah/>

diakses pada 15 Agustus 2019 pukul 16:02 WIB). Kemudian ia mengaplikasikan lotion ke seluruh tangan dan kaki. pengaplikasian skincare sebenarnya tidak memiliki patokan khusus. Di sini, Ha Sungwoon memiliki cara tersendiri untuk mengaplikasikannya, yaitu dengan menggunakan lotion dalam jumlah banyak dan mengusapkannya secara cepat ke tangan dan kaki. Jika dilihat dari caranya

menggunakan skincare dan bahkan mengajari Hwang Minhyun dan Bae Jinyoung dalam menggunakan skincare, berarti dirinya telah terbiasa menggunakan skincare malam secara rutin. Bahkan Ha Sungwoon memiliki panggilan yang dinamai oleh para penggemarnya dengan sebutan “Clouds” karena dirinya memiliki kulit putih bersih (*flawless*). Sebutan ini merupakan panggilan dari fans yang melihat Ha Sungwoon memiliki kulit yang mulus dan senang melakukan perawatan kulit. Bagi penggemar, Ha Sungwoon adalah ahli dalam hal per-skincare-an. Menurut Kamus Bahasa Indonesia, arti kata ahli ialah seseorang yang mahir atau paham sekali dalam satu bidang keilmuan (sumber: <https://kbbi.web.id/ahli> diakses pada 15 Agustus 2019 pukul 16:24 WIB).

Dalam scene di atas, Ha Sungwoon menunjukkan bagaimana dirinya melakukan *night skincare routine*, seperti menggunakan *sheet mask*, menggunakan banyak lotion pelembab yang diaplikasikan ke seluruh tangan dan kaki. Agar lebih detail, teknik pengambilan gambar yang dilakukan adalah dengan *medium close up* (MCU) di bagian telapak tangan agar terlihat pergerakan tangan Ha Sungwoon saat menuangkan lotion ke tangannya. Kemudian kamera men-zoom out ke level medium shot (MS) untuk menekankan wajah seseorang dan gerakan tangannya, karena di shot ini ingin menampilkan Ha Sungwoon yang sedang meratakan lotion ke tangannya. Kemudian kamera men-zoom in ke bagian kaki untuk lebih mendetailkan dan diakhiri dengan medium shot (MS) sebagai akhir dari aktivitas perawatan malam Ha Sungwoon.

3.5 Level Ideologi

Pada level realitas yang melibatkan sisi penampilan, kostum, makeup, perilaku, bahasa tubuh, cara berbicara, dan ekspresi, dapat disimpulkan bahwa level ini ingin menunjukkan perilaku para member Wanna One yang mempunyai sisi feminim. Hal tersebut terlihat dari figur yang ingin digambarkan melalui penampilan Wanna One sebagai *kkonminam (pretty boy)* dengan menggunakan riasan, kostum dengan warna cerah, perilaku mereka yang menggunakan skincare (bahkan mempunyai cara tersendiri bagaimana menggunakannya), serta *aegyo* yang dilakukan para member.

Untuk mendukung pesan yang ingin disampaikan, maka pada level representasi inilah teks semakin diperjelas agar khalayak mendapatkan pesan yang ingin disampaikan melalui program ini. Jika di level realitas menekankan aspek *kkonminam* dan *aegyo*, maka untuk memperkuat pesan tersebut, di level representasi teks dianalisis dengan menggunakan kode-kode seperti kamera, pencahayaan, penyuntingan, musik, dan suara.

Pada kategori kamera, program ini banyak menggunakan teknik *medium close up* (MCU) agar lebih menonjolkan ekspresi wajah maupun gesture tubuh sehingga sisi *kkonminam* dan *aegyo* para member dapat terfokus. Pada teknik pencahayaan, program ini menggunakan matahari sebagai key light untuk menampilkan kesan kealamian (*pure*), alami dari segi reality show (tidak dibuat-buat) dan alami dari segi produk (*Innisfree green tea seed serum*). Pada teknik penyuntingan, program ini banyak menggunakan caption yang berwarna-warni dan

ditambahi dengan CG (*computer graphic*) bunga serta dedaunan yang menggambarkan sisi kefeminitasan. Musik yang dipakai pun juga menggunakan irama ceria untuk mendukung suasana yang ingin digambarkan, serta suara langsung dari para member (*direct voice*) sehingga penonton bisa mengetahui langsung suara serta intonasi saat para member berbicara. Hal ini untuk memperkuat tampilan aegyo yang dilakukan para member

Berdasarkan analisis dari level realitas dan representasi, dapat disimpulkan bahwa ideologi yang terkandung dalam teks video ini adalah resistensi maskulinitas dalam bentuk *hybrid masculinity*. Setelah melakukan analisis pada level realitas, ditemukan beberapa temuan seperti Wanna One yang merepresentasikan sebagai sosok *kkonminam* yang ditunjukkan melalui penampilan serta kostum. Kedua, Wanna One melakukan *aegyo* yang kerap dikaitkan dengan tingkah manis dan keperempuanan yang ditunjukkan melalui perilaku, gesture, cara bicara, ekspresi, dan suara. Ketiga Wanna One melakukan *skinship* atau sentuhan yaitu saling berpelukan dengan sesama jenis. Terakhir, yang keempat, Wanna One menunjukkan cara pemakaian *skincare routine* di mana skincare atau produk-produk kecantikan dan perawatan seringkali dikaitkan dengan feminitas.

Visualisasi dari aktivitas yang diulang-ulang adalah melalui beberapa *scene* yang ditunjukkan dalam program ini. Contohnya adalah praktik menggunakan *skincare* di malam hari, bahkan mereka mempunyai standard sendiri untuk menggunakan skincare agar lebih efektif. Kemudian kedekatan antar member seperti saling berpelukan tanpa rasa canggung, serta aegyo yang semua

member lakukan satu sama lain. Hal tersebut menunjukkan seringnya aktivitas tersebut dilakukan berulang-ulang hingga mencapai identitas.

Fenomena *kkonminam*, di mana laki-laki feminim dalam industri hiburan Korea menjadi sangat populer. Akhirnya, citra *kkonminam* yang ditampilkan oleh para artis laki-laki Korea ini menjadi satu komoditi. Begitu pula dengan dibentuknya *boygroup-boygroup* yang menampilkan maskulinitas yang bervariasi.

Kesuksesan Korea dengan industri hiburan yang dikenal dengan Hallyu, tidak lepas dari *mugukjeok* (*no-nationality*) dan *chogukjeok* (*cross or trans-nationality*), di mana Korea membuka selebar-lebarnya budaya luar yang juga berdampak pada gender yang semakin beragam. Kedua hal tersebut dipraktikkan secara luas dan dikembangkan dalam industri hiburan Korea yang sebagian besar didorong oleh keinginan kapitalisnya untuk globalisasi (Jung, 2011:223).

Artinya, wujud *kkonminam* pada Hallyu atau Korean Wave juga didasarkan pada ideologi kapitalisme, di mana negara ingin mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya melalui industri hiburan, yang salah satunya mengandalkan *image kkonminam* dari boygroup Kpop, salah satunya seperti yang ditampilkan oleh Wanna One.

Kemudian peneliti menemukan ideologi lain yang terkandung dalam tayangan tersebut. Ideologi yang muncul dalam tayangan ini adalah ideologi Kapitalisme, di mana pihak yang berkuasa memegang kekuasaan untuk mendapat keuntungan sebesar-besarnya dari pasar. Saat mengalami krisis ekonomi akibat

Perang, Korea harus memulai dari awal untuk mengejar ketertinggalan dari negara-negara lain. Oleh sebab itu, pemerintah Korea Selatan mengambil langkah salah satunya dengan memberdayakan budaya yang mereka miliki dan mengadopsi budaya luar seperti gaya hidup dan pendidikan di Amerika, filosofi Eropa, dan modernitas Jepang (Korean Culture and Information Service, 2011:17-18).

Setelah sukses menguasai pasar hiburan China melalui Kdrama dan Kpop di tahun 1990-an, media China menyebut kesuksesan industri hiburan Korea tersebut dengan istilah “Hallyu” atau gelombang Korea berkat popularitas budaya pop Korea di China (Korean Culture and Information Service, 2011:11). Sejak saat itu, Korea menjadikan Hallyu sebagai pusat budaya pop transnasional, mengeksport budaya pop mereka ke negara-negara Asia lainnya, dan tentunya berdampak pada meningkatnya pendapatan negara.

Tidak sekadar menampilkan kualitas akting maupun musik saja, namun penampilan visual para artis juga sangat penting untuk mendukung performa mereka. Penampilan para artis-artis Kpop, contohnya, mampu menarik perhatian khalayak berkat visual serta karya mereka. Oleh sebab itu, para artis Kpop baik girlband maupun boyband banyak dipakai oleh beberapa brand untuk memasarkan produk mereka agar lebih laku. Salah satunya Wanna One yang dipilih Innisfree sebagai brand ambassador.

Meski Innisfree merupakan produk skincare yang erat kaitannya dengan perempuan, Innisfree tidak ragu untuk memilih Wanna One yang beranggotakan

laki-laki sebagai brand ambassador. Setelah debut melalui program survival Produce 101 Season 2 yang meraih popularitas tinggi, Wanna One mencuri perhatian para penikmat musik di Korea hingga luar Korea. Hal tersebut dibuktikan dengan MV Energetic sebagai lagu debut mereka yang mencapai 4 juta views selama 24 jam dan menjadi video yang paling banyak ditonton untuk sebuah grup *rookie* dan memuncaki tangga lagu *real time all kill* di semua situs musik (sumber: <https://www.liputan6.com/showbiz/read/3052101/baru-debut-wanna-one-langsung-pecahkan-rekor-di-youtube> diakses pada 25 Juni 2019 pukul 21:06 WIB). Selain itu, minat para penggemar juga sangat tinggi terhadap Wanna One karena saat mereka menggelar *showcase debut concert*, tiket presale yang dijual habis dalam waktu satu menit hingga membuat server down (sumber: <https://coppamagz.com/tiket-pre-sale-showcon-debut-wanna-one-terjual-habis-dalam-waktu-kurang-dari-1-menit/> diakses pada 25 Juni 2019 pukul 21:14 WIB). Bertempat di Gocheok Sky Dome dengan kapasitas 20.000 penonton, Wanna One mampu menjual tiket hingga *sold out*.

Wanna One seakan menjadi idola baru pada tahun 2017, di mana setiap brand yang mereka iklan kan langsung *sold out* diserbu pembeli, salah satunya Innisfree. Innisfree memilih Wanna One sebagai model iklan berkat popularitasnya. Bahkan pembeli rela mengantre di gerai Innisfree di Korea demi mendapatkan merchandise sang idola. Pada saat itu, Innisfree mengadakan promo di mana setiap pembelian 10.000 won atau sekitar 116.000 rupiah, maka pembeli berhak mendapatkan poster individual para member Wanna One (sumber: <https://kumparan.com/allkthings-indonesia/karena-wanna-one-antrian-di-toko->

[innisfree-membludak](#) diakses pada 25 Juni 2019 pukul 21:25 WIB). Menangkap peluang bisnis, Innisfree kemudian mengambil keputusan untuk memperpanjang kontrak Wanna One untuk menjadi model iklan.

Kesimpulannya, ideologi yang ingin disebarkan melalui tayangan ini adalah *hybrid masculinity* yang ditunjukkan oleh Wanna One dan ideologi kapitalisme, yaitu perusahaan ingin mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dengan menjadikan Wanna One tidak hanya sebagai bintang iklan suatu produk kecantikan, namun *behind the scene* dari pembuatan iklan tersebut juga dibuat menjadi suatu reality show agar mendapatkan pemasukan lebih dari *reality show* yang ditayangkan melalui channel youtube.

3.6 Preferred Reading Teks Wanna One Go in Jeju

Setelah dilakukan analisis melalui tiga level, yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi, ditemukan beberapa *preferred reading* yang muncul dalam teks video “Wana One Go in Jeju”. *Preferred reading* tersebut antara lain:

1. *Kkonminam*, yaitu laki-laki yang memiliki wajah cantik, kulit yang mulus, dan rambut berwarna.
2. *Aegyo*, laki-laki yang bertingkah laku imut seperti anak perempuan, berbicara dan bertingkah laku seperti anak kecil.
3. *Skinship*, yaitu pelukan melingkar dari depan dan pelukan dari belakang (*back hug*).

4. *Skincare routine*, yaitu tata cara menggunakan skincare yang baik dan benar.

Setelah menemukan *preferred reading*, maka tahap selanjutnya peneliti melakukan wawancara terhadap beberapa subjek penelitian yang sesuai dengan kategori yang telah ditetapkan oleh peneliti.